



Weltnaturerbe Wattenmeer

Projektbeschreibung

Im Juni 2009 wurde das Wattenmeer mit einer Gesamtfläche von fast 10.000 km² in die UNESCO-Liste des Welterbes der Menschheit aufgenommen und steht damit auf einer Stufe mit weltberühmten Naturwundern wie dem Grand Canyon in den USA. Das zum Weltnaturerbe ausgezeichnete Wattenmeer erstreckt sich auf einer Länge von rund 400 Kilometern entlang der deutsch-niederländischen Küste. Durch die Ernennung entsteht ein Alleinstellungsmerkmal für diese grenzüberschreitende Region und bietet damit die Chance, zusätzlichen Mehrwert zu erwirtschaften. Durch die Sensibilisierung der touristischen Leistungsträger vor Ort hinsichtlich der Bedeutung dieser Auszeichnung können die (touristischen) Angebote nachhaltig qualitativ verbessert und ausgeweitet werden. Eine Ansprache von nationalen als auch internationalen Welterbe-Touristen ist möglich. Die Erfahrungen und Umsetzungen dieses Projektes können für angrenzende Wattenmeer-Regionen genutzt werden.

Laufzeit

15. Mai 2009 - 31. Dezember 2013

Projektleiter

Die Nordsee GmbH
Oliver Melchert
t.: +49 4421 95 60 99-7
melchert@die-nordsee.de

Partner

Niederlande:
Marketing Groningen
Stichting Waddenfederatie
Fryslân Marketing

Grenzüberschreitender Charakter

An diesem Projekt sind sowohl deutsche als auch niederländische Partner beteiligt, da es sich um ein länderübergreifendes Weltnaturerbe handelt. Das Projekt soll in gemeinschaftlicher Zusammenarbeit in den küstennahen Regionen des EDR-Gebietes durchgeführt werden. Mit einbezogen werden bei diesem Projekt: die breite Öffentlichkeit, nationale sowie internationale Urlaubsgäste, die Menschen vor Ort, Leistungsträger im Tourismus, das Bildungswesen, potentielle Investoren, Multiplikatoren sowie politische Vertreter.

Ziel des Projektes

Das Alleinstellungsmerkmal der Urlaubsregion, die Ernennung zum weltweit einzigartigen Weltnaturerbe Wattenmeer, wird über eine gezielte Angebotsgestaltung und innovatives Marketing in der Öffentlichkeit präsentiert, um die Bekanntheit des Wattenmeeres zu erhöhen. Dazu ist ein einheitlicher Auftritt nach außen wichtig. Das Wattenmeer soll als attraktive Erlebniswelt und Kraftquelle dargestellt werden. Ziel ist es, regional als auch überregional eine Identifikation mit der einzigartigen Landschaft herzustellen und ein Bewusstsein für diese Auszeichnung zu schaffen. Dann können den jeweiligen Interessen- und Anspruchsgruppen sowie möglichen Investoren die damit einhergehenden Chancen aufgezeigt werden. Dies garantiert eine nachhaltige positive Entwicklung der Region.

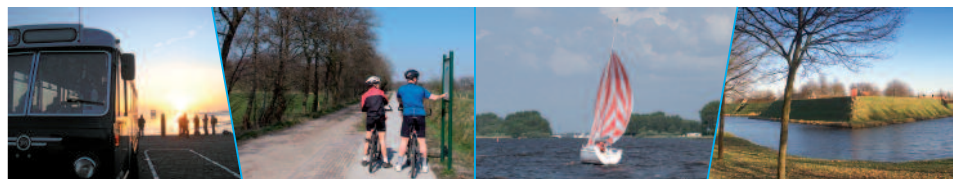
Innovation und Mehrwert des Projektes

Mit der Ernennung zum UNESCO Weltnaturerbe erhält das Wattenmeer entlang der deutsch-niederländischen Küste einen einzigartigen USP gegenüber anderen Destinationen, den es zu vermarkten gilt.



Spin-off und Implementation der Projektergebnisse

Die Zusammenarbeit der beteiligten Zielgruppen wird gestärkt, das Wattenmeer wird von allen Seiten positiv bestärkt. Die Marketingmaßnahmen des Projektes werden sich auch nachhaltig auf die Gästezahlen und den Bekanntheitsgrad der Region auswirken. Zudem wird die Angebotsinfrastruktur erweitert, ergänzt und qualitativ verbessert. Durch die Vernetzung der Beteiligten, auch über den Weg einer Informations- und Kommunikationsplattform, wird die langfristige Zusammenarbeit der Region gesichert. Im Rahmen der zukünftig aufzubauenden deutschlandweiten Vermarktung durch eine übergeordnete Stelle mit einem einheitlichen strategischen Marketingansatz, wird sich das Teilprojekt der EDR-Region mit seinen Maßnahmen in diesen Ansatz eingliedern. Auch dadurch kann die Nachhaltigkeit dieses Projektes gewährleistet werden.



Wereldnatuurerfgoed Waddenzee

Projectbeschrijving

In juni 2009 werd de Waddenzee met een totaal oppervlak van bijna 10.000 km² in de UNESCO Werelderfgoedlijst opgenomen. Het gebied staat daarmee op gelijke voet met wereldberoemde natuurwonderen zoals o.a. de Grand Canyon in de VS. De tot Werelderfgoed uitgekozen Waddenzee strekt zich 400 km uit langs de Nederlands-Duitse kust. Door de benoeming wordt de grensoverschrijdende regio op unieke wijze op de kaart gezet. Dit biedt de kans toegevoegde waarde te bewerkstelligen. Doordat de toeristische organisaties ter plekke bewust zijn gemaakt van de betekenis van deze benoeming, kan het (toeristisch) aanbod duurzaam kwalitatief verbeterd en verbreed worden. Het benaderen van nationale en internationale Werelderfgoedtoeristen is mogelijk. De ervaringen en resultaten van dit project kunnen gebruikt worden voor aangrenzende Waddenzeeregio's.

Looptijd

15 mei 2009 - 31 december 2013

Projectleider

Die Nordsee GmbH
Oliver Melchert
t.: +49 4421 95 60 99-7
melchert@die-nordsee.de

Partners

Nederland:
Marketing Groningen
Stichting Waddenfederatie
Fryslan Marketing

Grensoverschrijdend karakter

Aan dit project werken zowel Duitse als Nederlandse partners mee, aangezien het om een grensoverschrijdend Werelderfgoed gaat. Het project zal in gemeenschappelijke samenwerking in de kustgebieden van de EDR-regio doorgevoerd worden. In dit project wordt rekening gehouden met: het brede publiek, nationale en internationale vakantiegangers, de lokale bevolking, toeristische organisaties, onderwijs, potentiële investeerders, opinieliders en politici.

www.netzwerktoekomst.org
www.deutschland-nederland.eu

Doel van het project

Het unieke stempel van de vakantieregio, de benoeming tot universeel uniek Werelderfgoed Waddenzee, wordt met een doelgerichte aanbodsontwikkeling en innovatieve marketing in de openbaarheid gepresenteerd om de bekendheid van de Waddenzee te vergroten. Daartoe is een uniform optreden naar buiten belangrijk. De Waddenzee moet als attractieve beleveniswereld en krachtsbron weergegeven worden. Doel is om regionaal en interregionaal een identificatie met het unieke landschap te bewerkstelligen en een bewustzijn van deze benoeming te creëren. Dat creëert weer kansen voor de doelgroepen en de mogelijke investeerders. Dit garandeert een duurzame positieve ontwikkeling van de regio.

Innovatie en meerwaarde van het project

Met de benoeming tot UNESCO Werelderfgoed verkrijgt de Waddenzee langs de Nederlands-Duitse kust een USP tegenover andere bestemmingen, die te vermarkten valt.



Spin-off en implementatie van de projectresultaten

De samenwerking van de deelnemende doelgroepen wordt sterker, de Waddenzee wordt van alle kanten positief versterkt. De marketinguitvoering van het project zal ook een duurzame uitwerking hebben op het aantal gasten en de bekendheidsgraad van de regio.

Daarbij wordt de infrastructuur aan aanbodzijde vergroot, vervolledigd en kwalitatief verbeterd. Door onderlinge samenwerking van de deelnemers, ook langs de weg van een informatie- en communicatieplatform, wordt de langdurige samenwerking in de regio gegarandeerd.